PRICE

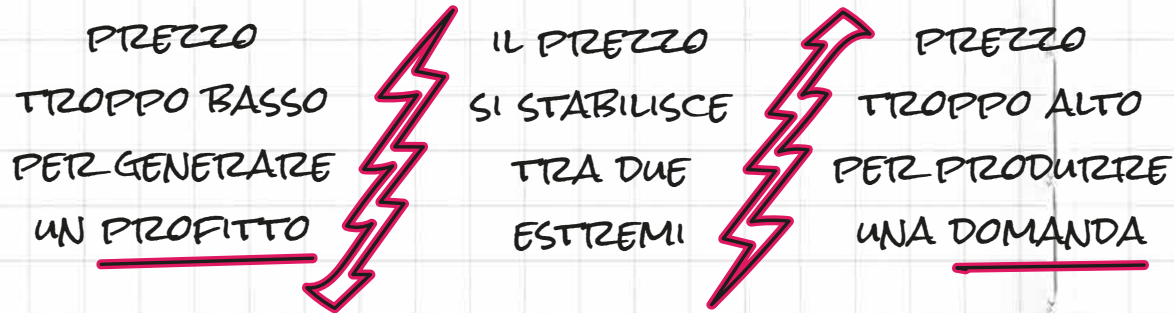
"IL PREZZO È L'IMPORTO DI DENARO RICHIESTO PER UN DETERMINATO PRODOTTO O SERVIZIO"

PREZZO TROPPO BASSO PER GENERARE UN PROFITTO

IL PREZZO SI STABILISCE TRA DUE ESTREMI

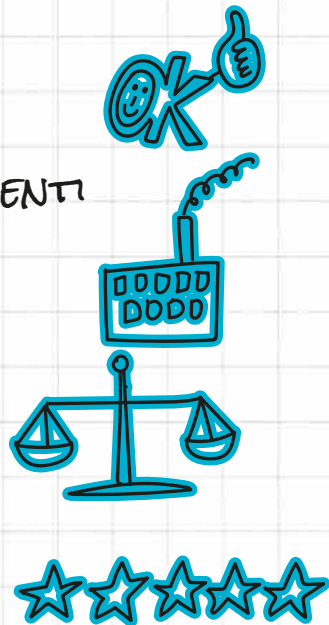
PREZZO TROPPO ALTO PER PRODURRE UNA DOMANDA

COSTI

- FISSI € $
  INDIPENDENTI DALLA PRODUZIONE O DALLE VENDITE
- VARIABILI
  DIRETTAMENTE CORRELATI AL VOLUME DI PRODUZIONE

FISSARE IL PREZZO

- IN BASE AL VALORE PERCEPITO DAI CLIENTI

- IN BASE AI COSTI DI PRODUZIONE
- IN BASE A UN VALORE EQUO

- IN BASE AL VALORE AGGIUNTO

CURVA DELLA DOMANDA

RELAZIONE FRA IL PREZZO E LA DOMANDA: MAGGIORE È IL PREZZO, MINORE SARÀ LA DOMANDA

PREZZI

- METODO DEL COSTO TOTALE
- +
- ANALISI DEL PUNTO DI PAREGGIO

POSIZIONAMENTO DI MERCATO

RIDUZIONE E AUMENTO DI PREZZI

- L'IMPRESA PUÒ RITENERE UTILE RIDURRE O AUMENTARE I PREZZI
- SIA I CLIENTI CHE I CONCORRENTI REAGIRANNO IN MODO POSITIVO O NEGATIVO IN BASE A NUMEROSE VARIABILI

STRATEGIE DI PREZZO

- STRATEGIA DI SCREMATURA

- STRATEGIE DI PENETRAZIONE